



Foto: Lars Krabbe, POLFOTO.

Når en detailgigant som Dagrofa sender et kommunikationsnetværk i udbud, skal både proces og resultat matche virksomhedens specifikke behov. Læs om udbudsprocessen, Dagrofas erfaringer og resultater.

Detailhandlen gennemgår en voldsom digitalisering disse år, og hos en af branchens absolutte giganter, Dagrofa, var det tid til en ny rammeaftale for kommunikationsnettet. "Markedet ændrer sig konstant, kapaciteten er steget voldsomt over tid. Derfor er der også hele tiden nye krav til effektiviteten i vores dataforbindelser," forklarer Michael Rasmussen IT driftschef hos Dagrofa, der beskæftiger cirka 7.000 ansatte i Danmark og har en omsætning på den rigtige side af 19 milliarder kroner.

”

Vi har i dag en væsentlig bedre kapacitet og kvalitet i vores netværk, og det er afgørende

Detailgiganten, der blandt andet tæller kæderne MENY, SPAR og KIWI, har i alt omkring 650 butikker, der indgår i kommunikationsnettet. "Lige nu sker der en masse inden for betalingsløsninger i detailledet, og det har selvfølgelig betydning for os. Snart vil meget være drevet af forbrugsmønstre i butikken hvor vi skal kunne følge kunderne rundt og tilbyde skræddersyede tilbud. Allerede nu har vi loyalitetsprogrammer via en apps, som kræver trådløse dataforbindelser i butikkerne som en integreret del af infrastrukturen. Det er store forandringer, som ofte sker i ryk, og som kræver et stabilt og fleksibelt netværk på alle lokationer, også i yderområder."

KØBMÆND PÅ REJSE

Dagrofa besluttede sig for et udbud for at få en ny leverandøraftale og havde brug for specialekspertise til udbudsprocessen. "Vi valgte Devoteam på grund af deres dybe indsigt i både markedet og området samt deres brede erfaring med sådanne opgaver. Og så var de hurtige til at forstå netop vores forretning og vores behov."

Detailhandel er nemlig ikke som alle andre brancher, og det skal leverandørerne forstå. "Vi er købmænd, marginalerne er ofte små, og vi kigger hele tiden på pris og kvalitet. Derfor havde vi brug for en løsning, der er i stand til at vokse i takt med vores behov og en leverandør, der forstår vores omkostningsstruktur og dermed den rejse, vi er på."

Samtidig er detailhandlen en branche, hvor forandringer sker ofte og hurtigt, hvilket kræver stor fleksibilitet i netværket. "Vi skal kunne lukke op og ned hurtigt. Vi nedlægger en butik, vi åbner en butik, eller vi skal lave en KIWI om til en SPAR. Vores netværk er en dynamisk og kompleks størrelse med så mange forretninger tilknyttet."

NEM SAMMENLIGNING PÅ TVÆRS

Udbudsprocessen startede med at identificere de rette leverandører til at deltage i udbuddet. "Vores kommunikationsnet er en stor opgave, der kræver et vist footprint, så det var forholdsvist nemt at finde frem til den rette håndfuld leverandører."

Næste skridt var udarbejdelse af udbudsmateriale med den rette effektivitet og kvalitet. "For det første sørgede Devoteam for, at vores eget ressourceforbrug var begrænset. Vi skulle ikke ud at opfinde den dybe tallerken, men blev inddraget når det var relevant. For det andet var udbudsmaterialet omhyggeligt og overskueligt, så vi forholdsvist nemt kunne lave den nødvendige sammenligning på tværs, når leverandørerne svarede tilbage."

BEMANDING I BALANCE

I den næste fase gik Dagrofa i nærmere dialog med udvalgte leverandører for at finde den bedst mulige model. "Der var adskillige gode løsninger, men ikke alle passede til os, når det kom til stykket. Nogle af dem var sådan set ideelle, men først om tre-fire år, og det er lang tid i detailbranchen."

Et andet forhold, der skulle tages højde for i dialogen med leverandørerne, var bemanningen. "Vi havde brug for en leverandør, der matcher vores organisation, så vi kan kommunikere effektivt. Hvis leverandøren har mange store kunder, er der ofte mange dybt specialiserede medarbejdere, og de passer ikke nødvendigvis til den måde, vi er organiseret på. Vi skal have den rette balance med leverandøren, også i størrelse."

ØKONOMI, TEKNIK, MENNESKER

Den omhyggelige udbudsproces endte med en løsning, der passer koncernen i dag og samtidig giver handlefrihed til at følge udviklingen, og måske endda være på forkant. "Vi har i dag en væsentlig bedre kapacitet og kvalitet i vores netværk, og det er afgørende."

En udbudsproces kan virke som en simpel mekanisk øvelse, men det er ikke noget, virksomheder foretager sig hver dag, og opgaven er mere kompleks end som så, siger Michael Rasmussen. "Du skal have blik for både det tekniske og økonomiske, og så er det mere end en skrivebordsøvelse. Det handler selvfølgelig også om at forstå mennesker og få dem til at samarbejde bedst muligt, også på lang sigt."

"Vi er meget glade for samarbejdet med Dagrofa og stolte over den valgte løsning med kvalitet og fleksibilitet til at understøtte Dagrofas forretning," siger civilingeniør Niels Adler-Nissen fra Devoteam.

OM DEVOTEAM

Devoteam er et af Danmarks førende konsulentbureau og rådgiver i feltet mellem forretning og teknologi. Rådgivningsområderne omfatter bl.a. strategi, procesoptimering, projekt- og forandringsledelse, anskaffelser (herunder EU-udbud), it-arkitektur, business intelligence, it-sikkerhed, it-governance, telerådgivning samt implementering af it service management værktøjer.

info.dk@devoteam.com | www.devoteam.dk



OM DAGROFA

Dagrofa koncernen omsætter for ca. 20 milliarder kroner om året og beskæftiger omkring 16.500 ansatte. Koncernen består i dag af butikskæderne MENY, KIWI, SPAR, Min Købmand, Let-Køb samt Food-Service Danmark og Dagrofa Logistik.

Innovative technology consulting for business